fieldfisher Ipsos PRESSEMITTEILUNG

Aktuelle Studie zeigt: 94 Prozent der Österreicher:innen wollen Einschränkungen für Jugendliche bei Social Media

Eine überwältigende Mehrheit der österreichischen Bevölkerung spricht sich für strengere Schutzmaßnahmen einschließlich Altersbeschränkungen in sozialen Netzwerken aus. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Studie von Ipsos mit 800 Befragten. Lediglich sechs Prozent sind dafür, den gesetzlichen Status quo ohne Einschränkungen beizubehalten. Vier von fünf Befragten (78 Prozent) unterstützen ein Social Media Verbot für unter 14-Jährige. Als größte Gefahren für Kinder und Jugendliche auf den Portalen orten die Befragten Falschinformationen (85 Prozent), gefolgt von Sucht und übermäßiger Nutzung (82 Prozent). Zwei von drei Eltern (66 Prozent) zeigen sich über die Auswirkungen von sozialen Medien auf ihre Kinder besorgt. Über diese und weitere Ergebnisse informierte Alexander Zeh, Country Manager Ipsos Austria, im Rahmen eines Pressegesprächs in Wien. Thomas Ruhm, Country Managing Partner der Wirtschaftskanzlei Fieldfisher Austria, ordnete das Thema rechtlich ein.

Wien, 25. November 2026. Ob Tiktok, YouTube oder Instagram: Soziale Netzwerke sind im Leben vieler junger Menschen in Österreich fest verankert. Die volljährige Bevölkerung nimmt dabei allerdings eine breite Palette an Risiken wahr und plädiert eindeutig für einen besseren Jugendschutz, wie eine im Oktober 2026 durchgeführte, repräsentative Studie von Ipsos zeigt. Fast vier von fünf Umfrageteilnehmern (78 Prozent) würden ein Plattform-Verbot für unter 14-Jährige begrüßen, ein Verbot für unter 16-Jährige sehen auch noch satte 73 Prozent positiv. „Jeweils acht von zehn Befragten sprechen sich für verpflichtende Jugendschutzmaßnahmen und strengere Sanktionen für Plattformen bei Verstößen aus“, berichtet Alexander Zeh, Country Manager Ipsos Austria über die Studienergebnisse. Drei von vier Befragten (76 Prozent) vertreten außerdem die Meinung, dass es sozialen Medien verboten sein sollte, personalisierte Werbung an Minderjährige auszuspielen. „Während diverse Einschränkungen und Schutzmaßnahmen auf breite Zustimmung stoßen, sprechen sich lediglich sechs Prozent der Befragten dafür aus, den aktuellen Rahmen mit keinerlei gesetzlichen Einschränkungen beizubehalten“, informiert Zeh. Von den Regulierungsplänen der Bundesregierung hat jeder fünfte Befragte (22 Prozent) ausführlich gehört, 60 Prozent haben zumindest am Rande davon mitbekommen – nur für ein Fünftel waren die Bestrebungen somit gänzlich neu.

Fake News und Sucht als größte Gefahren

Am meisten sorgen sich die Österreicherinnen und Österreicher, dass die Minderjährigen auf den Plattformen Falschinformationen ausgesetzt sein könnten. 85 Prozent der Befragten sehen diese Gefahr. Dicht dahinter liegt die Sorge vor Sucht und übermäßiger Nutzung (82 Prozent). Kontakt mit ungeeigneten Inhalten (79 Prozent) sowie die Gefahr, Cybermobbing ausgesetzt zu sein oder mit Hassrede und Beleidigungen konfrontiert zu werden (jeweils 77 Prozent) komplettieren die Top 5. Während drei von vier Befragten auch eine potenzielle Radikalisierung von Kindern und Jugendlichen durch Communities fürchten (76 Prozent), liegen Datenschutzbedenken mit „nur“ 66 Prozent lediglich auf Platz zehn der von den Erwachsenen gesehenen Gefahren.

Jugendschutz: Befragte sehen Eltern und Plattformen in der Pflicht

Auf die Frage, wer eine sehr hohe bzw. hohe Verantwortung für den Schutz der Kinder und Jugendlichen habe, nennen 92 Prozent der Befragten die Eltern. Auf Platz zwei folgen mit 79 Prozent die Plattformen. Den Staat / Gesetzgeber sehen 71 Prozent dabei maßgeblich in der Verantwortung, gefolgt von den Schulen sowie Kindern und Jugendlichen selbst mit jeweils 58 Prozent. „Obwohl Eltern in der Hauptpflicht gesehen werden, fordern vier von fünf Östereicher:innen eine klare Mitverantwortung der Plattformen“, fasst Zeh zusammen.

Stichwort Eltern: 66 Prozent sind persönlich besorgt über die Auswirkungen von Social Media auf ihre Kinder. Drei von vier Eltern (74 Prozent) sind der Meinung, dass Alterskontrollen ihre Sprösslinge besser vor potenziellen Gefahren schützen würden und 71 Prozent vertreten die Ansicht, dass die Plattformanbieter derzeit zu wenig für den Jugendschutz leisten.

Plattformen haben ein Vertrauensproblem

Angesichts der Umfrageergebnisse ist es wenig überraschend, dass sämtliche Player der Branche mit einem deutlichen Vertrauensdefizit beim Thema Jugendschutz zu kämpfen haben. Am größten fällt dieses bei TikTok aus: 71 Prozent der Befragten misstrauen der Plattform in diesem Zusammenhang, nur 6 Prozent gaben an ihr zu vertrauen. Verhältnismäßig etwas besser schneidet YouTube ab (51 Prozent Misstrauen / 16 Prozent Vertrauen). „Zum Vergleich: Das Vertrauen in Behörden und die Gesetzgebung ist da signifikant höher. Die österreichischen Behörden kommen auf einen Misstrauenswert von 37 Prozent und einen Vertrauenswert von 28 Prozent“, erläutert Zeh.

Kinderschutz sticht Datenschutz

Was die Umfrage noch zeigt: Für einen besseren Kinder- und Jugendschutz sind die Befragten bereit, Abstriche beim Datenschutz zu machen. Jeder zweite Befragte hält den Kinder- und Jugendschutz für wichtiger, auch wenn dafür eine verlässliche Altersüberprüfung nötig ist. Jeder dritte Befragte (32 Prozent) hält Daten- und Kinderschutz für gleich wichtig, 17 Prozent finden, dass der Schutz persönlicher Daten wichtiger ist, auch wenn Alterskontrollen dadurch erschwert werden. Bei den Methoden zur Alterserkennung plädieren 45 Prozent für eine Bestätigung durch die Eltern, für 41 Prozent wäre eine Überprüfung mittels Handy-Signatur / ID Austria das Mittel der Wahl. Nur acht Prozent würden auf eine technische Schätzung des Alters (etwa durch Gesichtsaltersschätzung) setzen.

Gesetzliche Verschärfungen in der Warteschleife

Während sich eine breite Mehrheit der Österreicherinnen und Österreicher also Altersbeschränkungen und weitere Schutzmaßnahmen erwartet, bleibt die rechtliche Umsetzung komplex. „Die Bevölkerung wünscht sich eindeutig klare Regeln und einen besseren Schutz von Kindern und Jugendlichen. Österreich hat dafür bereits einen konkreten Gesetzesentwurf vorgelegt – das geplante Verbot für unter 14-Jährige kann aufgrund europarechtlicher Vorgaben nun aber frühestens ab Ende Juli 2027 beschlossen werden“, informiert Thomas Ruhm, Country Managing Partner bei Fieldfisher Austria. „Vorrangig ist jedenfalls für alle Beteiligten – für die Öffentlichkeit ebenso wie für Unternehmen – eine baldige Rechtssicherheit in Österreich und am EU-Binnenmarkt“, so Ruhm abschließend.

Über die Studie

Die Ergebnisse stammen aus der Fieldfisher/Ipsos Jugendschutz-Studie 2026 *Social Media, Jugendschutz und Regulierung in Österreich*, einer repräsentativen Online-Befragung von 800 Personen in Österreich im Alter von 18 bis 75 Jahren.
Weitere Informationen und Ergebnisse unter: https://www.ipsos.com/de-at/
Methode: CAWI (Computer Assisted Web Interviews),
Erhebungszeitraum: 01. - 16. Oktober 2026
Basis: Repräsentativ für die Bevölkerung zwischen 18 und 75 Jahren in Privathaushalten in Österreich
Fallzahl: n = 800, repräsentativ nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung,
Durchschnittliche Befragungsdauer: 7 Minuten,
Maximale Schwankungsbreite: ± 3,5% (bei 95% Konfidenzniveau).

fieldfisher Ipsos PRESSEMITTEILUNG

Über Fieldfisher
Fieldfisher ist eine europäische Anwaltskanzlei mit führenden Fachbereichen in den Sektoren Energie & Rohstoffe, Technologie, Finanzdienstleistungen und Life Sciences. Die Anwält:innen der Kanzlei beraten einige der weltweit größten Unternehmen – darunter Technologiekonzerne, Pharmaunternehmen, Energieversorger, Infrastrukturbetreiber und Finanzinstitute. Mit über 2.200 Mitarbeitenden und 28 Standorten in 14 Ländern bietet Fieldfisher grenzüberschreitende Beratung über Zeitzonen und Fachbereiche hinweg. Seit 2023 ist Fieldfisher auch mit einer Kanzlei in der österreichischen Hauptstadt Wien präsent.

Weitere Infos unter https://www.fieldfisher.com/de-at/locations/austria

Über Ipsos
Ipsos ist mit über 20.000 Mitarbeitern in 90 Ländern eines der größten Marktforschungs-Unternehmen weltweit.
Unsere leidenschaftlich neugierigen Marktforscher, Analysten und Wissenschaftler haben in den letzten Jahren ein einzigartiges, multidisziplinäres Set an Methoden entwickelt, mit denen ein echtes Verständnis und aussagekräftige Einblicke in die Handlungen, Meinungen und Motivationen von Bürgern, Verbrauchern, Patienten, Kunden und Mitarbeitern möglich sind. Unsere 75 innovativen Services und Dienstleistungen beruhen auf Grundlagendaten aus Befragungen, Social Media Monitoring, sowie qualitativen oder beobachtenden Methoden.
Unser Slogan „Game Changers“ bringt unser Bestreben auf den Punkt, unseren 5.000 Kunden zu helfen, sich selbstbewusst durch eine sich schnell verändernde Welt zu bewegen.
Ipsos wurde 1975 in Frankreich gegründet und ist seit 1. Juli 1999 an der Pariser Börse Euronext (ISIN: FR0000073298) gelistet. Seit 2016 ist Ipsos auch mit einer Niederlassung in Österreich vertreten.
Weitere Informationen zu Ipsos und zur Studie finden Sie auch unter www.ipsos.com/de-at/

Pressekontakt für Rückfragen:

Fullstop Public Relations
Christoph Breitenfelder
Geschäftsleitung Wien
c.breitenfelder@fullstoppr.com
Tel.: +43 676 950 58 01

Ipsos GmbH
Stephanie Zwetzbacher
Public Relations
Stephanie.zwetzbacher@ipsos.com
Tel.: +43 676 720 39 53